

CA1
SS10
-N26

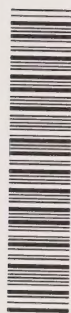
Government
Publications



Government of Canada
Minister of State for Youth

Gouvernement du Canada
Ministre d'État à la Jeunesse

youth



3 1761 118900117

FOR IMMEDIATE RELEASE

92-28

**The federal government continues awareness push
on the high school dropout issue**

August 17, 1992 -- The Honourable Pierre H. Cadieux, Minister of State for Youth, Fitness and Amateur Sport, today launched the third wave of a television advertising campaign to expand public awareness of the alarming 30% high school dropout rate in Canada. The latest ad targets young people and encourages them to use career planning to understand how dropping out could severely limit their future career aspirations.

The commercial builds on the previous ad set in a telephone booth. It features the same actors, this time coming to grips with the reality and necessity of completing high school to get on with what they really want to be in life. The ad will be aired on all major television stations for the next five weeks.

"The ad," said Minister Cadieux, "besides underscoring the importance of a high school diploma, encourages young people, parents and stakeholders to take action on career planning."

The ad includes a toll free number, 1-800-461-2525, which viewers can call to obtain a new booklet on career planning called "Do you know what I've always wanted to be?".

The Minister also acknowledged the special participation of Woolco in this wave of the national awareness campaign and its support of the Stay-in-School Initiative. As part of that support, Woolco is making Stay-in-School messages a key part of its back to school campaign. Among other things, Woolco will be distributing the booklet on career planning in its 150 stores across Canada.

In welcoming Woolco's collaboration, Minister Cadieux called on other businesses to play an equally strong part in reversing the dropout situation. He stressed that: "For the sake of young people's well-being and Canada's strength as an international competitor, everyone has a stake in reversing Canada's high school dropout rate."

The Stay-in-School Initiative includes three components: labour market programs and services for at-risk youth; mobilization of stakeholders and public awareness.

- 30 -

Information:

Richard Préfontaine	Linda Larocque
Minister's Office	Public Affairs (Youth Directorate)
(819) 994-2424	(819) 953-9074



Digitized by the Internet Archive
in 2024 with funding from
University of Toronto

<https://archive.org/details/31761118900117>

«Tout le monde doit se sentir concerné lorsqu'il s'agit
du bien-être des jeunes et de la compétitivité
internationale du Canada», a conclu le ministre
Cadieux.

L'initiative L'école avant tout comprend
trois volets : les programmes et les services relatifs
au marché du travail destinés aux jeunes susceptibles
d'abandonner leurs études, la mobilisation des
intervenants et la sensibilisation du public.

Renseignements :

Richard Préfontaine
Cabinet du Ministre
(819) 994-2424

Linda Larocque
Affaires publiques (Jeunesse)
(819) 953-9074

«En plus de souligner l'importance de terminer les études secondaires, cette annonce encourage les jeunes, les parents et tous les autres intervenants à s'engager en matière de planification de carrière», a déclaré le Ministre.

Les téléspectateurs sont aussi invités à composer un numéro de téléphone sans frais, le 1-800-461-2525, pour commander une nouvelle brochure sur la planification de carrière intitulée «Sais-tu c'que je pourrais faire?».

M. Cadieux a tenu par ailleurs à souligner la participation spéciale de l'entreprise Woolco à cette vague de la campagne nationale de sensibilisation du public de L'école avant tout. En effet, dans le cadre de son engagement, Woolco a, entre autres, intégré le message de L'école avant tout à sa campagne de rentrée scolaire et distribuera la brochure sur la planification de carrière dans ses 150 magasins à travers le Canada.

Par la même occasion, le Ministre a invité toutes les autres entreprises à se joindre à la lutte contre le décrochage et à poser des gestes concrets.

Ce message sera diffusé sur la plupart des chaînes de télévision au pays pendant les cinq prochaines semaines.

Cette publicité mise sur le succès de l'annonce précédente dont l'action se déroulait dans une cabine téléphonique. Les mêmes comédiens y sont en vedette. On les voit, cette fois, affronter la dure réalité : sans diplôme d'études secondaires, il est bien difficile de réaliser ses aspirations.

Le 17 août 1992 -- Le ministre d'Etat à la Jeunesse, à la Condition physique et au Sport amateur, l'honorable Pierre H. Cadieux, a lancé aujourd'hui la troisième campagne de publicité télévisée visant à sensibiliser davantage le public au fait que 30 p. 100 des jeunes Canadiens et Canadiennes ne terminent pas leurs études secondaires. Cette publicité est destinée aux jeunes et les encourage à utiliser la planification de carrière afin de mieux comprendre qu'en ne terminant pas leurs études secondaires, ils limitent leurs choix d'avenir.

Le gouvernement fédéral continue de s'attaquer au problème du décrochage scolaire

POUR DIFFUSION IMMEDIATE
92-28

Jeunesse